

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Iwearpapillon dalam meningkatkan jumlah pembeli melalui media sosial Instagram. Kesimpulannya sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan oleh Iwearpapillon adalah periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat, yakni sebagai berikut:

- a) Periklanan yang dilakukan dengan menggunakan iklan Facebook Ads dan menggunakan *endorsement*.
- b) Promosi penjualan yang dilakukan dengan memberikan diskon di tanggal kembar serta momen tertentu.
- c) Penjualan personal yang dilakukan dengan melakukan memberi jawaban ketika terdapat pembeli yang bertanya.
- d) Pemasaran langsung yang dilakukan dengan membuat broadcast message kepada pembeli.
- e) Hubungan masyarakat yang dilakukan dengan berinteraksi dengan pembeli dengan menanyakan langsung terhadap produk yang dibeli.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam kemaksimalan yang mempengaruhi dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Iwearpapillon dalam meningkatkan jumlah pembeli yaitu pendukungnya berdasarkan periklanan dari strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan maksimal dalam meningkatkan jumlah pembeli karena

periklanan memberikan dampak besar pada penjualan Iwearpapillon sebab pemilik sering melakukan iklan dengan *Facebook Ads* , kemudian penghambatnya berdasarkan pemasaran langsung tidak maksimal dalam meningkatkan jumlah pembeli dikarenakan setiap pesan yang dikirim oleh pemilik dapat diabaikan oleh penerimanya.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Untuk saran akademis diharapkan dapat digunakan, yaitu:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan konsep yang sama yakni Strategi Komunikasi Pemasaran.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan dasar penelitian yang sama yakni Strategi Komunikasi Pemasaran.

V.2.2. Saran Praktis

Untuk saran praktis diharapkan dapat digunakan, yaitu:

1. Untuk sebagai media pembelajaran dalam bidang keilmuan Strategi Komunikasi Pemasaran.
2. Untuk dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.
3. Untuk Iwearpapillon dapat mempertahankan strategi komunikasi pemasaran yang maksimal serta meningkatkan kembali strategi komunikasi pemasaran yang kurang serta dapat lebih berinovasi dalam mengembangkan usahanya.